



ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی ایران

کتابخانه ملی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



بررسی تاثیر شیوه های نوآوری بر پایداری عملکرد شرکت با تاثیر نقش تعدیلگر آشفستگی بازار (مورد مطالعه: مدیران و مشاوران شاغل در املاک منطقه ۱۱ و ۱۲ در مشهد)

مهدی ضیائیان مفید، علی نخچیان

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان-ایران

۲. استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان-ایران

alinakhchian@gmail.com

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر شیوه های نوآوری بر پایداری عملکرد شرکت با تاثیر تعدیلگر آشفستگی بازار انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی است. در این تحقیق ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بوده که پس از ترجمه و بومی سازی شدن، روایی و پایایی آن بررسی شده است. برای پایایی از آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی استفاده شده و روایی محتوایی آن توسط اساتید و روایی سازه با روش تحلیل بارهای عاملی تاییدی، تایید شده است. جامعه آماری تحقیق مدیران و مشاوران شاغل در دفاتر املاک در مناطق ۱۱ و ۱۲ مشهد به تعداد ۱۶۸۰۰ نفر هستند. روش نمونه گیری در این تحقیق، غیراحتمالی در دسترس بوده است. حجم نمونه براساس جدول مورگان ۳۷۳ نفر تعیین گردید. برای بررسی فرضیه ها از مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. یافته های تحقیق تاثیر شیوه های نوآوری بر پایداری عملکرد شرکت با تاثیر تعدیلگر آشفستگی بازار را تایید می کند. در این تحقیق نقش تعدیلگر آشفستگی بازار نیز تایید شده است.

کلمات کلیدی: شیوه های نوآوری، پایداری عملکرد، آشفستگی بازار

مقدمه

صنعت املاک و مستغلات یک صنعت پویاست که همیشه با چالش هایی رو به رو میشود. مانند تورم و سیاست گذاری های داخلی یا خارجی کشور و نرخ ارز که باعث آشفستگی در بازار میشود. در درون بنگاه های املاک عوامل تعهد سازمانی و تناسب سازمانی هم در عملکرد یک دفتر تاثیر گذار است. بنگاه های املاک و مستغلات باید مشتریان و شرکای خود را راستای استراتژی های خود به موفقیت برساند نوآوری همه چیز را تغییر می دهد و دفاتر املاک و مستغلات باید از این نوآوری ها پیروی کنند. امروزه مدیریت و استفاده از داده ها می تواند موفقیت و شکست یک شرکت را پیش بینی کند. تصمیم گیری بر اساس داده ها و استفاده از داده های بزرگ در طول مراحل توسعه محصول املاک که خرید یا فروش می باشد بسیار کاربردی است. زمانی بهترین ایده ها نوآور بدست می آید که از تمام سطوح سازمان استخراج شود از بالا به پایین و پایین به بالا یا خارج به داخل. تجربه نشان داده که شرکت هایی که نوآوری دارند مجموعه ای از استراتژی ها را برای ایده های نوآورانه به طور گسترده پذیرفته اند. عوامل تاثیر گذار در آشفستگی بازار با روش های نوآوری شرکت تبدیل به یک تعدیلگر میشود.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
موسسه عالی پژوهش‌های کاربردی و حرفه‌ای

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

اهداف پژوهش

- هدف ۱: بررسی و تعیین تاثیر شیوه های نوآوری در محصول بر پایداری عملکرد(براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک در شهر مشهد
- هدف ۲: بررسی و تعیین تاثیر شیوه های نوآوری در فرایند بر پایداری عملکرد(براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک در شهر مشهد
- هدف ۳: بررسی و تعیین تاثیر شیوه های نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد(براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد
- هدف ۴: بررسی و تعیین تاثیر شیوه های نوآوری در فرایند بر پایداری عملکرد(براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک مشهد با تاثیر تعدیلگر آشفنگی بازار املاک شهر مشهد.
- هدف ۵: بررسی و تعیین تاثیر شیوه های نوآوری در خدمات بر پایداری عملکرد(براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد با تاثیر تعدیلگر آشفنگی بازار املاک شهر مشهد
- هدف ۶: بررسی و تعیین تاثیر شیوه های نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد(براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد با تاثیر تعدیلگر آشفنگی بازار املاک شهر مشهد

فرضیه های پژوهش

۱. نوآوری در فرایند بر پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.
۲. نوآوری در محصول بر پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.
۳. نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.
۴. آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در فرایند و پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد
۵. آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در محصول و پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد
۶. آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در سازمان و پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد دارد.

تعاریف نظری

نوآوری

ایده های تجاری عالی معمولاً ترکیبی از الهام، عزم و هوش هستند. برای موفقیت، به ایده های خوب، فرآیندهای هوشمند و اراده قوی نیاز دارید. همین امر در مورد مدیریت نوآوری نیز صدق می کند. در حالت ایده آل، ایده های خوب زیادی خواهید داشت، با استراتژی مناسب و فرآیندی دقیق برای اجرای آنها بارها و بارها. اما همیشه نمی توانید بهترین ایده ها را خودتان داشته باشید، و همیشه نمی دانید که چگونه آن را اجرا کنید. به همین دلیل ضروری است که از نزدیک به کارشناسان گوش فرا دهید و از تجربیات آنها درس بگیرید. استراتژیست های نوآوری برای

اینکه یک مدیر نوآوری خوب باشید، باید با تئوری نوآوری و بهترین شیوه‌ها عمیقاً در علف‌های هرز باشید. ایده‌های جدید دائماً پدیدار می‌شوند و روشی که ما محصولات و فرآیندهای تأثیرگذار ایجاد می‌کنیم دائماً به روز می‌شود. برای حفظ این روندها - به علاوه ایجاد محکم‌ترین پایه ممکن است (ریتا مک گراث-دانشگاه کلمبیا ۲۰۲۳)

۱-۱-۱- پایداری عملکرد شرکت

امروزه، ایده پایداری توسط اکثر شرکت‌ها به رسمیت شناخته شده است. و عملیات تجاری بیشتر تحت هدایت آن انجام می‌شود، یعنی برآوردن نیازهای خود بدون کاهش شانس نسل‌های آینده. نمی‌توان انکار کرد که اصطلاح «پایداری چالش‌های جدیدی را برای فعالیت‌های تجاری ایجاد می‌کند».

به سادگی، هنوز بسیاری از مشاغل وجود دارند که اخلاق و مسئولیت اجتماعی را در نظر نگرفته‌اند و در نتیجه محیط زیست و مزایای بلندمدت آنها را از بین می‌برند. بنابراین، یکی از بزرگترین چالش‌های امروزی، حمایت از اشکال پایدار کسب‌وکار و تشویق همه کسب‌وکارها به پذیرش آگاهانه مسئولیت اجتماعی است. خوشبختانه، زمانی که بحران محیطی شروع به تأثیرگذاری بر فعالیت‌های تجاری می‌کند، زمانی که رفتارهای غیراخلاقی شروع به ایجاد عوارض جانبی برای توسعه کسب‌وکار می‌کنند، شرکت‌های بیشتر و بیشتری به ضرورت عملکرد پایدار و اخلاقی، نه تنها برای ذینفعان، بلکه برای کل پی برده‌اند. (UKEssays.com, March 2023)

۱-۱-۲- آشفته‌گی بازار

آشفته‌گی بازار منعکس‌کننده غیرقابل پیش‌بینی بودن تغییرات در سلیقه مشتری، تقاضا و دامنه رقابت در صنایع اصلی شرکت است (موبین و همکاران، ۲۰۲۱، ۲۰۲۲)

آشفته‌گی بازار تأثیر قابل توجه به آمارهای اقتصادی، تحلیل سیاست‌های اقتصادی دولت و اثرات آن بر بازارها همراه است. تلاش برای پیش‌بینی منطقی تحولات اقتصادی برای سرمایه‌گذاری طبیعی است. با این حال، پیش‌بینی شرایط اقتصادی دشوار است و پیش‌بینی‌های مبتنی بر روند اغلب اشتباه هستند. با آشفته‌گی غیرقابل پیش‌بینی بازار، حرکات عمومی بازار به همان میزان قطع نمی‌شود. (نور عزیز اسماعیل و همکاران ۲۰۲۳)

۱. تعاریف عملیاتی

۱-۱-۳- نوآوری

در این تحقیق جهت سنجش متغیر نوآوری از پرسشنامه استاندارد لیکرت استفاده شده است که در قالب سوالات ۱ تا ۱۰ پرسشنامه به بررسی وضعیت این متغیر می‌پردازد که شامل نوآوری در فرایند، نوآوری در محصول و نوآوری در سازمان است.

۱-۱-۴- پایداری عملکرد

در این تحقیق جهت سنجش متغیر پایداری عملکرد پرسشنامه استاندارد لیکرت استفاده شده است که در قالب سوالات ۱۱ تا ۱۸ پرسشنامه به بررسی وضعیت این متغیر می‌پردازد که بر اساس عوامل محیطی و اقتصادی و اجتماعی می‌باشد.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

۱-۱-۵- آشنایی با بازار

در این تحقیق جهت سنجش متغیر آشنایی با بازار از پرسشنامه استاندارد لیکرت استفاده شده است که در قالب سوالات ۱۹ تا ۲۱ پرسشنامه به بررسی این متغیر می پردازد.

پیشینه های تحقیق

۱-۱-۶- پیشینه های داخلی

حسین بلوچی و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی باعنوان نقش نوآوری بر پویایی شرکت ها و عملکرد شرکت با نقش تعدیلگر محیطی انجام دادند. جامعه آماری این تحقیق را کلیه شرکت های لبنی شهر مشهد تشکیل می دهد. تعداد ۲۲۶ نمونه آماری در طول تحقیق جمع اوری گردید. نتایج به دست آمده نشان داد که قابلیت های پویا سنجش و ساختاردهی مجدد بر و قابلیت های عملیاتی (بازاریابی و فنی) بر عملکرد شرکت تأثیرگذار است. تأثیرات سنجش بر پیکربندی مجدد، قابلیت بازاریابی و قابلیت فنی به ترتیب برابر با (۰/۴۴)، (۰/۳) و (۰/۱۶) بود که بیشترین تأثیر بر پیکربندی مجدد بود. تأثیر پیکربندی مجدد بر قابلیت های بازاریابی و عملیاتی به ترتیب برابر با (۰/۵۲) و (۰/۵۷) بود. میزان تأثیر قابلیت بازاریابی و قابلیت فنی بر عملکرد برابر با (۰/۲۶) و (۰/۲۱) بود. همچنین به بررسی نقش تعدیل گری تغییرات محیطی (رقبا، فنی و بازار) در روابط بین متغیرها در مدل پرداخته شد که در برخی از روابط تأیید شد. آشنایی با بازار رابطه پیکربندی با قابلیت های عملیاتی (بازار و فنی) را تعدیل می کرد. آشنایی با بازار رابطه سنجش و پیکربندی با قابلیت بازار و پیکربندی با قابلیت فنی را تعدیل کرد. آشنایی با بازار رابطه سنجش و قابلیت بازاریابی و پیکربندی و قابلیت فنی را تعدیل می کرد. در پایان راهکارهایی برای بهبود وضعیت عملکردی این شرکت ها ارائه شد.

زهرا احمدی (۱۴۰۰) تحقیقی در باره تاثیر نوآوری باز بر عملکرد شرکت ها با نقش تعدیل گر تلاطم بازار انجام داده است. جامعه آماری ۱۱۰ شرکت های کوچک و متوسط تولیدی شهر سمنان به صورت تصادفی ساده می باشد و از ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد لیکرت استفاده شده است و پایایی پرسشنامه به وسیله آلفای کرونباخ ۰/۸۵۵ تأیید شده است. تعداد شرکت ها بر اساس جدول مورگان انتخاب شده است. و نتیجه بر آن شد که سازمان ها هموار میبایست در طراحی شغل از نوآوری های بیشتری و متنوع تری بکاربرد و هموار در مدیریت منابع انسانی خود، آخرین روشها و دانش روز جهانی را بکار گیرند پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی، از لحاظ متغییر، کیفی، از لحاظ زمان، مقطعی و از لحاظ نوع تحقیق، توصیفی پیمایشی و از نوع همبستگی - علی می باشد. جامعه آماری تمامی مدیران و کارشناسان واحدهای R&D، تولید، آموزش، بازاریابی و تحقیقات بازار شرکت های کوچک و متوسط تولیدی شهر سمنان می باشد. پژوهش حاضر در بازه زمانی پاییز و زمستان ۱۴۰۰ انجام شده است. نمونه گیری بر اساس منطق حداقل مربعات جزئی و به روش نمونه گیری تصادفی ساده می باشد. گردآوری داده ها از روش مطالعه کتابخانه ای و میدانی و با کمک ابزار پرسش نامه انجام شد. در تجزیه و تحلیل داده ها، فرآیندی چندمرحله ای صورت گرفت که شامل مراحل زیر می باشد: شناسایی مولفه ها با کمک ادبیات تحقیق، سپس بررسی پایایی مولفه های مذکور با کمک شاخص آلفای کرونباخ و CR، برای کفایت نمونه گیری، از شاخص KMO استفاده شد. سپس از آزمون تحلیل مسیر و همبستگی جهت پاسخگویی به سوالات و فرضیه ها استفاده شد. در مراحل بعدی تحلیل عاملی تأییدی جهت پایش شاخص ها در هر سازه، همچنین روایی سازه مورد بررسی قرار گرفت. فرضیه های پژوهش همه تأیید شدند، و می توان گفت که نوآوری باز بر عملکرد نوآورانه شرکت تأثیر معنا داری دارد، همچنین نقش تعدیل گری تلاطم بازار معنادار می باشد.

(محسن حبیبی و فاطمه شهسوار ۱۴۰۱) تحقیق درباره تاثیر نوآوری بر عملکرد پایدار شرکت های خدماتی بیمه انجام دادند. جامعه آوری به وسیله جدول مورگان تعداد ۱۵۵ شرکت می باشد. که به صورت خوشه ای انتخاب شدند از ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه لیکرت مورد استفاده قرار گرفت و پایایی پرسشنامه به وسیله آلفای کرونباخ ۰/۸۹ تأیید گردید. که بدون شک توجه روزافزون به تأثیرات شرکت بر محیط، مستلزم توجه به عملکرد پایدار و برآوردن نیازهای اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی است. طی دهه گذشته محققان به چالش توسعه پایدار زنجیره تامین در



ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



رسیدن به اهداف پایداری شرکت توجه زیادی کرده اند. به عبارتی یکی از اهداف استراتژیک شرکتها در دنیای امروزی بهبود پایداری در زنجیره های تامین میباشد. از اینرو شرکتها شیوه های جدید مدیریتی را برای دستیابی به یک عملکرد پایدار مطلوب در زنجیره تامین اتخاذ کرده اند. از آنجایی که پایداری زنجیره تامین به ادغام شفاف و دستیابی به اهداف اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی سازمانها اشاره دارد. بنابراین با لحاظ کردن پایداری در زنجیره تامین میتوان علاوه بر در نظر گرفتن سودآوری مالی، تاثیرات ناگوار محیطی و اثرات نامساعد اجتماعی را کمینه کرد. از اینرو پژوهش حاضر سعی بر ارائه مدلی برای عملکرد پایدار زنجیره تامین بر اساس نوآوری تامین کننده، یکپارچه گی زنجیره تامین و شیوه های مدیریت زنجیره تامین پایدار دارد.

سید علی مظلومی (۱۴۰۰) تاثیر نوآوری بر عملکرد پایداری شرکت با نقش تعدیلگری قابلیت اتصال به بازار و آشفتگی بازار می باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پژوهش توصیفی همبستگی است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل کلیه جامعه آماری پژوهش تعداد ۲۱۰ نفر بود که براساس جدول مورگان (۱۸۰) نفر به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند. در پژوهش حاضر به منظور انتخاب افراد نمونه از روش در دسترس استفاده شد. برای ابزار پژوهش، از پرسشنامه اوزچلیک (۲۰۱۴) استفاده شده است. به منظور تعیین روایی از روش صوری و محتوایی استفاده شد. پایایی ابزار با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۸۲۲/۰ تعیین گردید که نشان دهنده ی پایایی مناسب ابزار اندازه گیری بود. پس از جمع آوری داده ها، تجزیه و تحلیل آن ها در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از نسخه آماری smart pls و SPSS انجام شد. یافته ها نشان داد ضریب اثر ۶۵۸/۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بوده و تاثیر نوآوری بر پایداری عملکرد شرکت تایید گردید، ضریب اثر ۲۶۶/۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بوده و تاثیر قابلیت اتصال به بازار بر عملکرد جدید تایید گردید، ضریب اثر ۶۵۷/۰- در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بوده و تاثیر آشفتگی بازار بر پایداری عملکرد شرکت تایید گردید

غزل صف آرا (۱۴۰۰) در محیط امروزی که به سرعت در حال تغییر و پویایی است، یک عنصر مثبت برای موفقیت سازمانی و توسعه توانایی بقا در میان یک محیط کاملا رقابتی، تقویت نوآوری می باشد. موفقیت محصولات نوآورانه به منبع مزایای رقابتی بلندمدت شرکت تبدیل می شود که می تواند عملکرد شرکت و ارزش های مشتری را بهبود بخشد و هزینه ها را کاهش دهد. نوآوری سازمانی پایدار که شامل نوآوری در محصول، نوآوری در فرایند و نوآوری اداری می شود، برای افزایش بهره وری در شرکت ها از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است و جهت استراتژیک لازم را برای سازمان ها فراهم می کند تا بتوانند در سطح بین المللی عمل کنند. نوآوری یک سازمان را قادر می سازد تا به طور مناسب تری به تغییرات محیط پاسخ دهد و توانایی های خود را برای ایجاد و حفظ مزایای رقابتی توسعه دهد. به این ترتیب، نوآوری تمایل دارد که نقش مهمی در به وجود آوردن پیشرفت در عملکرد سازمان داشته باشد. سرعتی که نوآوری در آن اتفاق می افتد فرصت هایی را برای کسب سهم بیشتری از بازار و در نتیجه درآمد و سودآوری بیشتر فراهم می کند. این پژوهش با هدف بررسی نقش پایداری نوآوری محصول، نوآوری فرایند و نوآوری سازمان بر عملکرد سازمان انجام گرفت. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان شعب بانک پارسیان در رشت، به تعداد ۵۵ نفر می باشد که به روش سرشماری همگی مورد بررسی قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است و برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات از روش مدل یابی معادلات ساختاری و برای اجرای آن از نرم افزار Smart-PLS ۲ استفاده شد. نتایج نشان می دهد که پایداری نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمان دارد. یافته های این تحقیق به بانک ها کمک می کند تا با تدوین استراتژی های مناسب و ترویج نوآوری سازمانی پایدار، عملکرد خود را ارتقا دهند

۱-۱-۷- پیشینه های خارجی

سونگ هو جین (۲۰۲۰) و کمال کلیک (۲۰۲۱) مورد مطالعه به معرفی فناوری های جدید مرتبط با محصولات، خدمات و فرآیندها برای کاهش هزینه های تولید با ایجاد ترکیبی جدید از نهاده ها اشاره دارد که در نتیجه منجر به بهبود در محصولات موجود یا محصولات یا خدمات جدید می شود. این نوآوری های تکنولوژیکی ارزش افزوده را برای یک شرکت افزایش می دهد و اعمال تغییرات تکنولوژیکی جدید در محصولات فرآیندهای تولید معمولاً منجر به تغییرات سازمانی قابل توجهی می شود

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

(ژونگ کینگ یانگ و همکاران ۲۰۲۲) درباره چگونه نوآوری برای عملکرد پایدار اهمیت دارد؟ شواهد از شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. این مطالعه از طریق دریچه دیدگاه مبتنی بر منابع (RBV) و نظریه‌های نوآوری شومپتر، نقش نوآوری در عملکرد پایدار را در زمینه شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) که اقتصاد دایره‌ای (CE) را اجرا می‌کنند، بررسی می‌کند. استفاده از نظریه RBV، متوجه می‌شویم که تحقیق و توسعه و ثبت اختراع به طور مثبتی با عملکرد پایدار مرتبط هستند. ما بر مکانیسم‌های داخلی و شرایط احتمالی روابط بین نوآوری و عملکرد اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار تمرکز می‌کنیم. تایید نشان می‌دهد که نوآوری با عملکرد اجتماعی و زیست محیطی رابطه مثبت دارد. در همین حال، سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه می‌تواند عملکرد اقتصادی را بهبود بخشد. علاوه بر این، این مطالعه نقش میانجی عملکرد اجتماعی و زیست محیطی را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که ثبت اختراع و نوآوری کارآمد می‌تواند به طور غیرمستقیم سودآوری SMEها را از طریق عملکرد اجتماعی افزایش دهد.

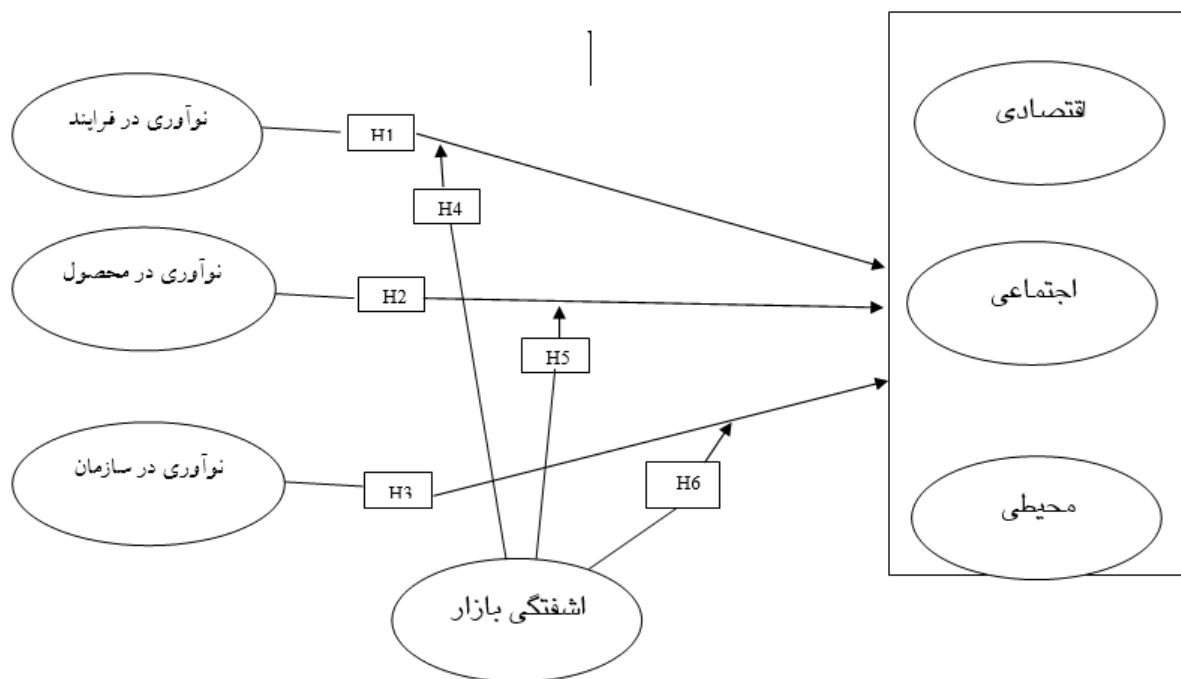
(پرسانتا کومار دی و همکاران ۲۰۲۲) درباره تأثیر شیوه‌های مدیریت ناب و نوآوری مبتنی بر پایداری بر عملکرد پایدار شرکت‌های کوچک و متوسط: شواهد تجربی از انگلستان می‌باشد. اطلاعات در مورد تأثیر SOI بر پایداری و عملکرد اقتصادی نیز اندک است. علاوه بر این، بررسی اثر واسطه‌ای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی (CSR) (روش‌های زیست محیطی و اجتماعی) بر روی LMP و SOI برای دستیابی به عملکرد پایدار (SP) نادر است. این تحقیق با پاسخ به این سوال که چگونه SOI، LMP، CSR، پایداری و عملکرد اقتصادی همبستگی دارند، این شکاف‌های دانش را پر می‌کند. از طریق آزمون فرضیه با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، این مطالعه تأثیر روش‌های LMP، SOI، CSR (زیست محیطی و اجتماعی) را بر پایداری و عملکرد اقتصادی نشان می‌دهد. این مطالعه از داده‌های ۱۱۹ شرکت کوچک و متوسط در صنایع تولیدی در میدلندز انگلستان استفاده می‌کند. تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که LMP و (نوآوری مبتنی بر پایداری) SOI دستیابی به پایداری و عملکرد اقتصادی را تسهیل می‌کنند و SOI واسطه LMP برای دستیابی به عملکرد پایدار است. علاوه بر این، اگرچه اقدامات CSR واسطه LMP برای دستیابی به عملکرد پایدار است، آنها فقط SOI مرزی را برای دستیابی به عملکرد پایدار واسطه می‌کنند.

ساموئل آکواسی و همکاران (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان تاثير نوآوری بر عملکرد تجاری پایدار و تعدیل آشفته‌گی بازار در اقتصادهای نوظهور انجام دادند. این مطالعه بیان می‌کند که شرایط آشفته بازار باعث تحریک اثر نوآوری‌های بر پایداری عملکرد یک کسب‌وکار می‌شود. مورد مطالعه شرکت‌های فعال در کشور غنا بوده است که با ارسال پرسشنامه الکترونیکی و دریافت ۶۸۳ پرسشنامه و تحلیل به وسیله نرم افزار smpls4 به این نتیجه رسیده است که ابعاد عملکرد تجاری پایدار در مقابل اجرای محصول، فرآیند و نوآوری سازمانی قابل دستیابی است. قابل توجه است که عملکرد سازمانی یک شرکت تولیدی را می‌توان با اجرای سه گانه محصول، فرآیند و نوآوری سازمانی به طور قابل توجهی بهبود بخشید. متعاقباً، یک شرکت می‌تواند عملکرد اجتماعی خود را با سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه در نوآوری‌های سازمانی بهبود بخشد.

لجرا ترولجا و همکاران (۲۰۲۱) تحقیق درباره نوآوری بر عملکرد شرکت‌ها و نقش تعدیلگر آشفته‌گی محیطی در ساریو انجام دادند. جامعه آماری این مقاله را شرکت‌های صادرات و واردات در ساریو بوده است. هدف این مقاله ترسیم دیدگاه قابلیت پویا و تئوری اقتضایی برای روشن کردن ماهیت اثر آشفته‌گی محیطی بر روابط بین نوآوری‌های محصول و فرآیند و عملکرد تجاری شرکت است. طراحی/روش‌شناسی/رویکرد نویسندگان دو مدل ساختاری را با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری توسعه داده و به صورت تجربی آزمایش کردند. مدل اول با نوآوری‌های محصول و فرآیند به عنوان میانجی بین آشفته‌گی محیطی و عملکرد تجاری سروکار دارد. مدل دوم اثر تعدیل‌کننده آشفته‌گی محیطی بین نوآوری و عملکرد تجاری را در نظر می‌گیرد. یافته‌ها یافته‌ها نشان می‌دهد که آشفته‌گی محیطی رابطه بین نوآوری و عملکرد تجاری را تعدیل نمی‌کند. نویسندگان نقش روشنی از آشفته‌گی محیطی در تقویت نوآوری به جای تعدیل رابطه بین نوآوری و عملکرد یافته‌اند.

۲. مدل مفهومی تحقیق

با توجه به ادبیات نظری پژوهش مدل مفهومی تحقیق به صورت زیر ارائه شده است. در این مدل دو فواید (شیوه های نوآوری متغیر مستقل، پایداری عملکرد شرکت) مولفه های اجتماعی، اقتصادی، محیطی) به عنوان متغیر وابسته و آشفته‌گی بازار به عنوان متغیر تعدیلگر در نظر گرفته شده است.



مدل مفهومی بر گرفته از مدل مفهومی (jeffrey chean ,phey-chen 2020) در کشور مالزی می باشد

نوع و روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس ماهیت روش در دسته تحقیقات توصیفی قرار می گیرد. و نیز کاربردی بوده است این تحقیقات وضع موجود را بررسی می کنند و به توصیف منظم و نظام مند وضعیت فعلی می پردازند. همچنین بر اساس روش جمع آوری داده ها، از نوع پیمایشی محسوب می شود. در روش پیمایشی ابزار گردآوری داده توسط محقق اغلب مصاحبه یا پرسشنامه و داده ها از نوع کمی هستند. داده های جمع آوری شده به کمک آزمونها و روشهای آماری تحلیل شده و نتایج به کمک مقایسه با پژوهشهای پیشین تفسیر می شود.

۳. جامعه آماری

جامعه آماری به مجموعه‌ای از افراد یا پدیده‌ها گفته می‌شود که به صورت بالقوه واجد صفت مورد بررسی هستند. نمونه نیز مجموعه‌ای از افراد یا پدیده‌ها است که از میان جامعه مورد مطالعه انتخاب شده است. مهم‌ترین مساله آن است که نمونه منتخب باید معرف جامعه مورد مطالعه باشد. روش‌های متعددی برای محاسبه حجم نمونه وجود دارد. همچنین راهکارهای متنوعی نیز برای دسترسی به نمونه برآورده شده، ارائه شده

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی
کمیته عالی توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

MCI-COPE IR

است. جامعه آماری تحقیق دفاتر املاک منطقه ۹ و ۱۱ و ۱۲ شهر مشهد می باشد. این جامعه آماری شامل تعداد بیش از ۲۰۰۰ دفتر و تعداد بیش از ۱۶۸۰۰ نفر پرسنل در کل این مناطق است.

۴. نمونه آماری

۱-۱-۸- روش نمونه گیری

در آمار و روش تحقیق کمی، یک نمونه از داده‌ها مجموعه‌ای از داده‌های جمع‌آوری شده و جهانی است که از یک جامعه آماری با روشی مشخص انتخاب شده است. عناصر نمونه به عنوان نمونه‌های آماری، واحدهای نمونه‌گیری یا مشاهدات شناخته می‌شوند. به طور معمول، حجم جامعه آماری بسیار زیاد است، بطوری که سرشماری یا شمارش کامل از تمام افراد جامعه را غیر عملی یا غیرممکن می‌کند. نمونه معمولاً زیرمجموعه‌ای از اندازه قابل کنترل را نشان می‌دهد. روشهای مختلفی برای نمونه‌گیری عنوان شده است. روش نمونه‌گیری در تحقیق جاری، تصادفی ساده بوده است.

۱-۱-۹- حجم نمونه

در آمار و روش تحقیق کمی، یک نمونه از داده‌ها مجموعه‌ای از داده‌های جمع‌آوری شده و جهانی است که از یک جامعه آماری با روشی مشخص انتخاب شده است. عناصر نمونه به عنوان نمونه‌های آماری، واحدهای نمونه‌گیری یا مشاهدات شناخته می‌شوند. به طور معمول، حجم جامعه آماری بسیار زیاد است، بطوری که سرشماری یا شمارش کامل از تمام افراد جامعه را غیر عملی یا غیرممکن می‌کند. نمونه معمولاً زیرمجموعه‌ای از اندازه قابل کنترل را نشان می‌دهد. تعیین حداقل حجم نمونه لازم برای گردآوری داده‌های مربوط به مدلیابی معادلات ساختاری بسیار با اهمیت است. در این تحقیق جهت تعیین حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شده است. با توجه به اندازه جامعه آماری (بیش از ۱۰۰۰۰ نفر) براساس جدول مورگان حداقل ۳۷۳ نمونه آماری مورد نیاز است. جهت دستیابی به این نمونه آماری تعداد ۷۸ دفتر املاک به صورت خوشه‌ای انتخاب گردید و سپس به صورت تصادفی ساده پرسشنامه در میان کارکنان و مدیران هر دفتر توزیع شد و در نهایت تعداد ۳۷۳ نمونه جمع‌آوری گردید.

۵. ابزار گردآوری داده‌ها

مطابق نظر حافظ نیا (۱۳۹۵) ابزار مختلفی برای جمع‌آوری داده‌ها در طی فرآیند تحقیق بکار گرفته می‌شود که عبارتند از: ۱- مشاهده ۲- مصاحبه ۳- پرسشنامه

ابزار گردآوری در تحقیق حاضر، پرسشنامه استاندارد می‌باشد. برای پاسخ به پرسش‌ها از طیف لیکرت استفاده شده است:

طیف کلی	کاملاً مخالفم	مخالفم	مردد هستم	موافقم	کاملاً موافقم
ارزش عددی	۱	۲	۳	۴	۵

در تحقیق جاری از پرسشنامه‌ای استفاده شده که حاوی دو بخش مجزا است. در بخش سوالات عمومی ویژگی‌های جمعیتی شناختی نمونه آماری جمع‌آوری می‌گردد و در بخش بعدی نظر پاسخ‌دهندگان در باره متغیرها در قالب پاسخ به گویه‌ها جمع‌آوری می‌گردد. گویه‌های پرسشنامه مطابق جدول زیر است که ضمن مشخص کردن تعداد پرسشها و محتوای مربوط به هر متغیر مدل مفهومی، منبع آن نیز ذکر شده است:

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

جدول. Error! No text of specified style in document. ۱-توضیح گویه های پرسشنامه تحقیق

منبع	تعداد سوالات	شماره سوالات	متغیرهای تحقیق	ردیف
لیکرت	۱۰	۱-۱۰	نوآوری در فرایند	۱
لیکرت	۴	۱۱-۱۸	پایداری عملکرد	۲
لیکرت	۳	۱۹-۲۱	اشفتگی بازار	۳

۶. روایی و پایایی ابزار گردآوری تحقیق

۱-۱-۱۰- تعیین روایی پرسشنامه

روایی یک پرسشنامه به این موضوع اشاره دارد، که گویه های پرسشنامه تا چه اندازه برای سنجش متغیر مورد نظر مناسب هستند. بدون استفاده از ابزار مناسب اندازه گیری نمی توان راجع به متغیر اظهار نظری نمود. برای تعیین روایی پرسشنامه می بایست گویه ها از نظر روایی محتوا و سازه مورد بررسی و ارزیابی قرار بگیرند.

۱-۱۰-۱-۱- روایی محتوایی

روایی محتوا که به محتوای گویه ها اشاره دارد، به کمک اساتید و خبرگان حوزه مورد نظر تحقیق انجام می شود. در روایی محتوا بررسی می شود که آیا همه جنبه های یک متغیر مطرح شده و آیا نگارش و نوع مفاهیم بکار رفته ساده و سلیس و بدون تکلف و بدون امکان تفسیر است یا خیر (عزیزی، ۱۳۹۳).

۱-۱۰-۱-۲- روایی سازه

برای مشخص شدن اینکه آیا هر گویه بدرستی متغیر مورد نظر را در مدل مفهومی ارزیابی می کند، روایی سازه آن را تحلیل می کنند. برای تحقیقات همبستگی و کاربردی تحلیل بارهای عاملی تاییدی پرکاربردترین و معمول ترین روش است و برای تحقیقات اکتشافی، تحلیل بارهای عاملی اکتشافی بکار گرفته می شود. تحلیل بارهای عاملی نشان می دهد هر گویه تا چه میزان با متغیر مربوطه با خود همبستگی دارد. برای تعیین همبستگی علاوه بر مقدار آماره تی که نشان دهنده معنادار بودن آن است، ضریب بارهای عاملی نیز با اهمیت است. محققان مختلف نظرات مختلفی در رابطه با تایید بارهای عامل دارند. به عنوان نمونه برخی محققان معتقدند چنانچه ضریب بارهای عاملی بیش از ۰/۵ باشد، روایی گویه مورد نظر تایید می شود. این در حالی است که کلاین(۲۰۱۴) مقدار کافی برای تایید بارهای عاملی و روایی سازه را ۰/۳ اعلام نموده است. براساس نظر کلاین هنگامی که یک گویه به اندازه ۰/۳ یا بیشتر در ارزیابی یک متغیر تاثیر دارد، نمی توان از تاثیر و اهمیت آن چشم پوشی نمود. بارعاملی منفی به معکوس بودن گویه ها اشاره دارد و مقدار آماره تی برای تایید در ضریب خطای ۰/۰۵، بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- است. نتایج روایی سازه، روایی همگرا و روایی واگرا در فصل چهارم ارائه شده است.



۱-۱-۱- تعیین پایایی پرسشنامه

قابلیت اطمینان یا پایایی مفهومی است که به ارائه نتایج یکسان در زمانها مختلف اشاره دارد. در یک پروژه تحقیقاتی اطمینان از اینکه پرسشنامه به گونه ای طراحی شده است که در زمانهای مختلف نتایج یکسانی ارائه می دهد و تمامی افراد برداشت یکسانی از آن دارند، از مفهوم پایایی استفاده می کنند. این مفهوم با استفاده از آزمونهای آماری بررسی می گردد. پایایی در کنار روایی دو جزء برای معتبر بودن یک پرسشنامه محسوب می گردند. برای بررسی پایایی یک روش معمول وجود دارد، بنام آلفای کرونباخ که مقدار مورد نظر برای هر متغیر می بایست بزرگتر از ۰/۷ باشد (سانتوز، ۱۹۹۹). نتایج بررسی پایایی پرسشنامه در فصل چهارم این تحقیق نشان داده شده است.

۷. تجزیه و تحلیل داده های تحقیق

تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده توسط نرم افزارهای مناسب صورت می پذیرد. این تجزیه و تحلیل ها در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شده است. آمار توصیفی براساس سوالات بخش عمومی پرسشنامه بوده و ویژگی های نمونه آماری مورد مطالعه را نشان می دهد. این تحلیل با استفاده از نرم افزار SPSS صورت گرفته است که در فصل چهارم نشان داده شده است. آمار استنباطی براساس داده های مربوط به متغیرهای پژوهش است و مواردی مانند بررسی نرمال بودن داده ها، برازش مناسب مدل و بررسی روابط بین متغیرها را شامل می شود. در این تحقیق برای بررسی آمار استنباطی از روش مدلیابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس ورژن ۳ استفاده شده است. برای آمار استنباطی در مدلیابی معادلات ساختاری، تمامی متغیرها در کنار هم و به صورت دفعی مورد آزمون قرار می گیرد این در حالی است که در رگرسیون اغلب تاثیر عوامل به صورت جدا آزمون می شود. به همین دلیل در مطالعات اجتماعی و مدیریتی اغلب از مدلیابی معادلات ساختاری استفاده می شود زیرا در دنیای واقعی قرارگرفتن عوامل مختلف در کنار یکدیگر موجب می شود برخی از عوامل سهم بیشتری داشته باشند و این موضوع در معادلات ساختاری مشاهده می شود اما قوانین آماری حاکم بر این روش همانند رگرسیون است. بدین معنی که ابتدا آزمون معناداری تی مورد استفاده قرار میگیرد و با توجه به درصد خطای محقق که معمولاً به صورت پیشفرض ۰/۰۵ در نظر گرفته می شود معناداری اثرگذاری سنجیده می شود. در این مرحله چنانچه قدمتلق مقدار اماره تی بالاتر از ۱/۹۶ باشد نشان دهنده معنادار بودن اثرگذاری مورد سنجش است، در غیر صورت اثرگذاری به قدری کم بوده که می توان گفت قابل چشم پوشی بوده و معنادار در نظر گرفته نمی شود. پس از بررسی معنادار بودن روابط میزان و جهت اثرگذاری متغیرها بررسی می گردد. برای این منظور از ضریب مسیر استفاده می شود، بزرگی ضریب مسیر نشان دهنده میزان و بزرگی اثرگذاری است و علامت آن جهت این اثرگذاری را نشان می دهد. ضریب مسیر تنها در مواردی قابل توجه است که قبل از آن معناداری رابطه مذکور به اثبات رسیده باشد (عزیزی، ۱۳۹۲).

آمار توصیفی

در این بخش به منظور شناخت ویژگی های نمونه آماری و افزایش آگاهی در مورد خصوصیات نمونه، به بررسی ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان پرداخته می شود.

جنسیت

ابتدا پاسخ دهندگان از نظر مود بررسی قرار می گیرند که اطلاعات آن در جدول ۴ - ۱ ارائه شده است. با توجه به اطلاعات این جدول (۱۰۰درصد) از نمونه مورد بررسی را مردان تشکیل می دهند.

جدول ۲-Error! No text of specified style in document.: توزیع فراوانی جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۳۷۳	۱۰۰
جمع	۳۷۳	۱۰۰



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کمیته عالی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir




سن

در این بخش اطلاعات مربوط به سن بررسی می شود. با توجه به اطلاعات این مورد که در جدول بعد به نمایش درآمده است، در نمونه مورد بررسی افراد ۲۷ تا ۴۸ سال دارای بیشترین فراوانی (معادل ۷۵/۹ درصد) هستند.

جدول ۳-Error! No text of specified style in document.: توزیع فراوانی سن

درصد	فراوانی	سن
۱۰,۲	۳۸	کمتر از ۲۷ سال
۷۵,۹	۲۸۳	۲۷ تا ۴۸ سال
۱۳,۹	۵۲	۴۹ تا ۵۵ سال
۱۰۰	۳۷۳	جمع

۱-۱-۱- تحصیلات

در این بخش اطلاعات مربوط به تحصیلات بررسی می شود. با توجه به اطلاعات این مورد که در جدول بعد به نمایش درآمده است، در نمونه مورد بررسی افراد دارای مدرک کارشناسی دارای بیشترین فراوانی (معادل ۶۲/۷ درصد) و افراد دارای مدرک کاردانی و کمتر دارای کمترین فراوانی (۱۱ درصد) هستند.

جدول ۴-Error! No text of specified style in document.: توزیع فراوانی تحصیلات

درصد	فراوانی	تحصیلات
۱۱,۳	۴۲	کاردانی و کمتر
۶۲,۷	۲۳۴	کارشناسی
۲۶	۹۷	کارشناسی ارشد
۱۰۰	۳۷۳	جمع

۱-۱-۲- سابقه کاری

در این بخش اطلاعات مربوط به سابقه کاری مشاوران و مدیران دفاتر املاک بررسی می شود. با توجه به اطلاعات این مورد که در جدول بعد به نمایش درآمده است، در نمونه مورد بررسی تعداد کارکنانی که بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه کاری دارند، دارای بیشترین فراوانی (معادل ۴۰ درصد) هستند.

جدول ۵-Error! No text of specified style in document.: توزیع فراوانی سابقه کاری

درصد	فراوانی	سابقه کاری
۱۲,۳	۴۶	کمتر از ۵ سال
۴۰,۳	۱۵۰	بین ۵ تا ۱۰ سال
۳۱,۱	۱۱۶	بین ۱۱ تا ۱۵ سال
۱۶,۳	۶۱	بیشتر از ۱۵ سال
۱۰۰	۳۷۳	جمع

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

۸. بررسی نرمال بودن متغیرها

در این قسمت با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنف، نرمال بودن متغیرها بررسی می‌شود.

جدول ۶- Error! No text of specified style in document. بررسی نرمال بودن متغیرها

نتیجه	سطح معناداری	متغیرها
نرمال است	۰,۲۶	نوآوری در فریند
نرمال است	۰,۲	نوآوری در محصول
نرمال است	۰,۳	نوآوری در سازمان
نرمال است	۰,۴	آشفتگی بازار
نرمال است	۰,۵	عوامل اقتصادی و اجتماعی و

از آن‌جا که مقداری سطح معناداری (sig) برای تمامی متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰,۰۵ می‌باشد لذا فرض نرمال بودن می‌باشد، و از نرم افزار Smart PLS ۴ برای مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

آمار استنباطی Inferential statistics روشی برای قضاوت پیرامون پارامتر جامعه براساس مقادیر حاصل از نمونه است. در مطالعات مختلف به دلایل متفاوت دستیابی به همه افراد جامعه امکان پذیر نیست بنابراین لازم است تا با استفاده از نمونه به تخمین اندازه‌های واقعی در جامعه پرداخت. به بیان دیگر، در پژوهش‌های روان‌شناسی و سایر علوم رفتاری کسب اطلاعات درباره گروه‌های کوچک غالباً هدف پژوهشگر نیست، بلکه او علاقمند است که از طریق یافته‌های این گروه کوچک، اطلاعات لازم را درباره جامعه‌ای که این گروه کوچک را از آن انتخاب کرده است، کسب کند. یعنی در این پژوهش‌ها هدف پژوهشگر تعمیم نتایج به دست‌آمده از یک گروه کوچک به یک جامعه بزرگتر می‌باشد. (حبیبی، ۱۳۹۹). برای اجرای مدل معادلات ساختاری روش‌های متنوعی وجود دارد که یکی از جدیدترین رویکردها در مدل معادلات ساختاری روش حداقل مربعات جزئی ۱ است. این روش به جای بازتولید ماتریس کوواریانس تجربی، بر بیشترین واریانس تبیین شده‌ی متغیرهای وابسته به وسیله متغیرهای مستقل تمرکز دارد. همانند هر مدل‌یابی معادلات ساختاری، مدل کمترین مجذورات جزئی از یک بخش ساختاری که ارتباط بین متغیرهای مکنون را نشان می‌دهد و یک قسمت اندازه‌گیری که نحوه ارتباط بین متغیرهای مکنون و نشانگرهای آن‌ها را منعکس می‌کند، تکمیل شده‌است. به‌علاوه، در این روش می‌توان متغیر تعدیل‌گر را نیز در نظر گرفت. از این رو، با توجه به دلایل بیان شده در این مطالعه جهت برازش مدل مفهومی تحقیق و آزمون فرضیه‌ها از روش PLS به کمک نرم افزار Smart PLS ۴ استفاده گردید.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی
گزارش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

مدل یابی PLS در دو مرحله صورت می‌پذیرد. در مرحله اول، مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار می‌گیرد و در مرحله دوم، مدل ساختاری (مدل درونی) به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها بررسی می‌شود (هولاند، ۱۹۹۹).

بررسی پردازش مدل پژوهش

بررسی مدل پژوهش طی سه مرحله انجام می‌شود. در مرحله اول مدل بیرونی پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد در مرحله دوم نوبت به بررسی مدل درونی می‌رسد و مرحله سوم نیز به بررسی مدل کلی پژوهش اختصاص دارد.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)

در بررسی مدل بیرونی پژوهش ابتدا بار عاملی سؤالات (یا شاخص‌های) پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس پایایی و به دنبال آن روایی مدل درونی بررسی می‌شود.

بار عاملی شاخص‌ها یا سؤال‌های پرسشنامه

بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود، مؤید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. البته برخی از نویسندگان مانند ریوارد^۲ و هاف^۳ (۱۹۸۸)، عدد ۰/۰۵ را به‌عنوان ملاک بارهای عاملی ذکر نموده‌اند. نکته مهم این است که اگر محقق پس از محاسبه بارهای عاملی بین سازه و شاخص‌ها آن با مقادیری کمتر از ۰/۴ مواجه شد، باید آن شاخص‌ها (سؤالات پرسشنامه) را اصلاح نموده و یا از مدل پژوهش خود حذف نماید

شکل ۱-مقادیر بارعاملی گویه‌های مدل



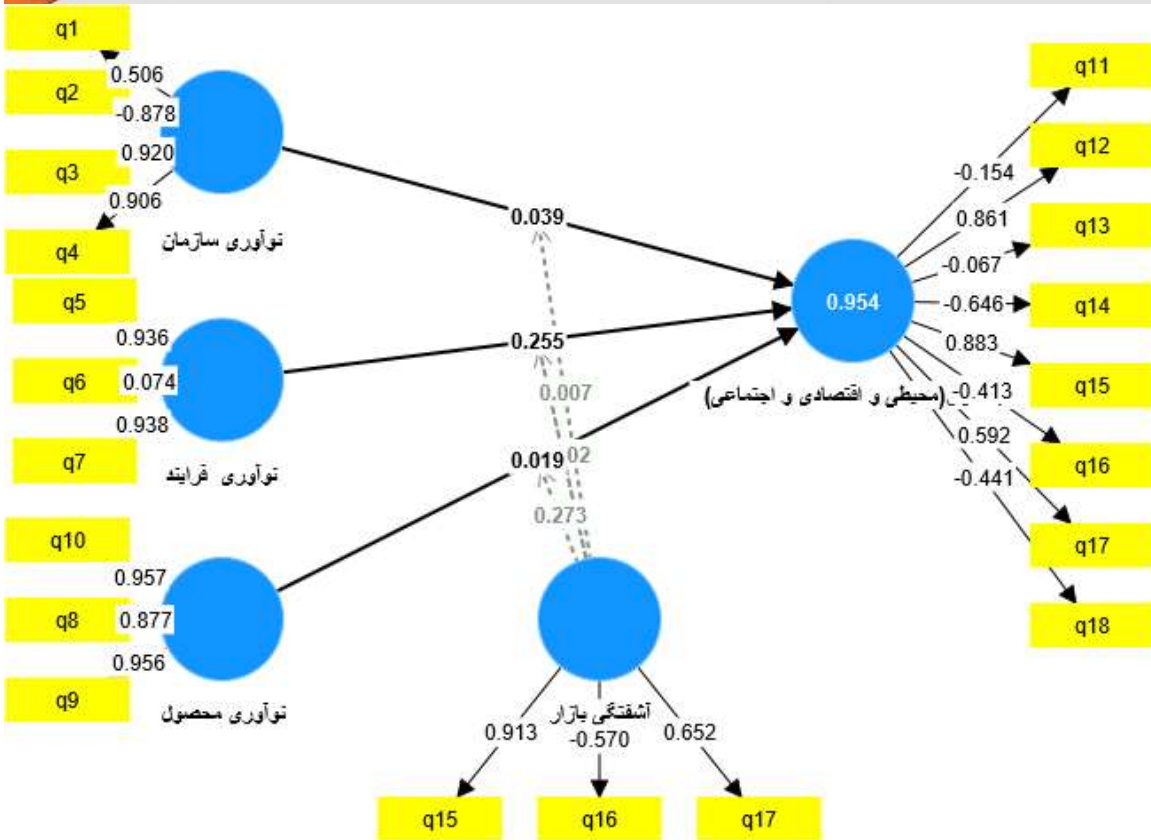
ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

گروه آموزشی کارشناسان، مدیران و متخصصان

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

شکل ۲- مقادیر T گویه های مدل smpls4

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

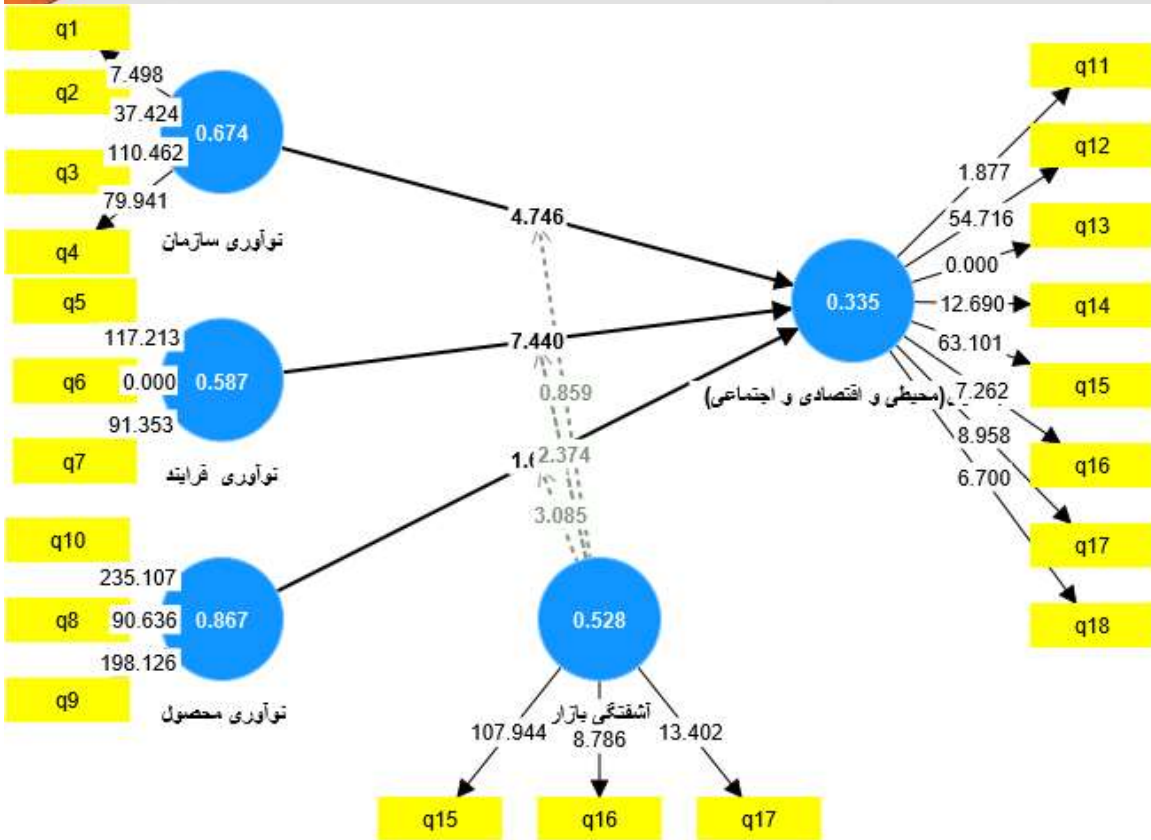
نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir





شکل ۳ آماره آگویه های مدل در spss

	Test Value = 0						
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
					Lower	Upper	
q1	36.015	372	.000	2.965	2.80	3.13	
q2	182.192	372	.000	4.223	4.18	4.27	
q3	63.003	372	.000	3.893	3.77	4.01	
q4	114.831	372	.000	4.046	3.98	4.11	
q5	52.990	372	.000	3.332	3.21	3.46	



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCI-conf.ir



q6	438.761	372	.000	4.984	4.96	5.01
q7	162.284	372	.000	4.426	4.37	4.48
q8	103.404	372	.000	3.895	3.82	3.97
q9	44.307	372	.000	3.434	3.28	3.59
q10	159.701	372	.000	4.477	4.42	4.53
q11	105.339	372	.000	3.810	3.74	3.88
q12	159.244	372	.000	4.424	4.37	4.48
q13	571.194	372	.000	4.019	4.00	4.03
q14	53.538	372	.000	2.957	2.85	3.07
q15	57.067	372	.000	3.877	3.74	4.01
q16	95.061	372	.000	3.914	3.83	4.00
q17	139.488	372	.000	4.241	4.18	4.30
q18	64.254	372	.000	4.080	3.96	4.21
q20	87.094	372	.000	2.847	2.78	2.91
q21	169.077	372	.000	4.466	4.41	4.52

جدول. Error! No text of specified style in document. بررسی بارهای عملی پرسشنامه

نتیجه	آماره t	بار عملی	گویه ها
تایید	۳۶,۰۱۵	۰,۵۰۶	q1
تایید	۱۸۲,۱۹۲	۰,۸۷۸	q2
تایید	۶۳,۰۰۳	۰,۹۲۰	q3
تایید	۱۱۴,۸۳۱	۰,۹۰۶	q4
تایید	۵۲,۹۹۰	۰,۹۳۶	q5
تایید	۴۳۸,۷۶۱	۰,۷۴	q6
تایید	۱۶۲,۲۸۴	۰,۹۳۸	q7
تایید	۱۰۳,۴۰۴	۰,۸۷۷	q8
تایید	۴۴,۳۰۷	۰,۹۵۶	q9
تایید	۱۵۹,۷۰۱	۰,۹۵۷	q10
تایید	۱۰۵,۳۳۹	۰,۱۵۴	q11
تایید	۱۵۹,۲۴۴	۰,۸۶۱	q12
تایید	۵۷۱,۱۹۴	۰,۶۷	q13
تایید	۵۳,۵۳۸	۰,۶۴۶	q14
تایید	۵۷,۰۶۷	۰,۸۸۳	q15
تایید	۹۵,۰۶۱	۰,۴۱۳	q16

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کمیته عالی برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصاد
کمیته عالی برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصاد

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

نتیجه	آماره t	بار عاملی	گویه‌ها
تایید	۱۳۹,۴۸۸	۰,۵۹۲	q17
تایید	۶۲,۲۵۴	۰,۴۴۱	Q18
تایید	۸۷,۰۹۴	۰,۹۱۳	Q19
تایید	۱۶۹,۰۷۷	۰,۵۷۰	Q20
تایید	۳۶,۰۱۵	۰,۶۵۲	Q21

ضریب آلفای کرونباخ عامل دیگری است که مقدار آن از ۰ تا ۱ متغیر است، مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ (کرونباخ، ۱۹۵۱)، نشانگر پایایی قابل قبول است. البته موس ۴ و همکاران (۱۹۹۸) در مورد متغیرهایی با تعداد سوالات اندک، مقدار ۰/۶ را به عنوان سرحد ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده‌اند. در جدول زیر مقدار این ضریب برای هر یک از عوامل برآورد شده است.

جدول ۸- ضریب آلفای کرونباخ

متغیرها	آلفای کرونباخ
پایداری	۰,۸۵
آشفته‌گی بازار	۰,۷۹
نوآوری	۰,۹۲

مطابق با جداول بالا معیارها برای سازه‌ی مورد نظر بالاتر از ۰/۷ است که حاکی از پایایی مناسب مدل دارد.

ب) پایایی ترکیبی

این معیار توسط ورتس و همکاران (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌گردد. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالای ۰/۷ (نونالی، ۱۹۷۸) ۶ شود، نشان از پایایی درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). ذکر این نکته ضروری است که پایایی ترکیبی در مدل سازی ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ به شمار می‌رود (همان مأخذ). به دلیل اینکه در محاسبه‌ی ضریب آلفای کرونباخ در مورد هر سازه، تمامی شاخص‌ها با اهمیت مساوی در محاسبات وارد می‌شوند. در حالی که برای محاسبه پایایی ترکیبی، شاخص‌ها با بارعاملی بیشتر، اهمیت زیادتری دارند. این موضوع باعث می‌شود که مقادیر پایایی ترکیبی سازه‌ها، معیار واقعی‌تر و دقیق‌تری نسبت به آلفای کرونباخ آن‌ها باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

جدول ۹- پایایی ترکیبی

متغیرها	CR
---------	----

۰,۸۵	نواری در فرایند
۰,۷۹	نوآوری در محصول
۰,۹۲	نوآوری در سازمان
۰,۹۱	محیطی و اقتصادی و اجتماعی
۰,۹۲	آشفته‌گی بازار

با توجه به بالاتر بودن ضریب پایایی ترکیبی متغیرهای جدول فوق نشان از مناسب و برازش قابل قبول مدل‌های اندازه‌گیری دارد.

۱-۳-۱-۱- روائی مدل بیرونی

برای بررسی روائی مدل بیرونی از دو معیار استفاده شده است. معیار اول روائی همگرا و معیار دوم روائی واگرا می‌باشد.

۱-۳-۱-۱- روائی همگرا

معیار دوم از بررسی پردازش مدل‌های اندازه‌گیری، روائی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است (بارکلی و همکاران، ۱۹۵). فورنل و لاکر (۱۹۸۱) معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) را برای سنجش روائی همگرا معرفی کرده و اظهار داشتند که مقدار عدد بحرانی ۰/۵ می‌باشد. اما اگر مقدار کمتر از ۰,۵ باشد اما ضریب پایایی ترکیبی مقدار بیش از ۰,۷ را نشان دهد، روائی همگرایی مورد قبول است. در جدول زیر مقدار این ضریب برای هریک از سازه‌ها ارائه شده است.

جدول **Error! No text of specified style in document.**: میانگین واریانس استخراج شده

متغیرها	AVE
نوآوری در فرایند	۰,۸۰۲
نوآوری در محصول	۰,۸۱۹
نوآوری در سازمان	۰,۹۳۰
محیطی و اجتماعی و اقتصادی	۰,۸۲۰
آشفته‌گی بازار	۰,۸۲۱

۹. میانگین و انحراف معیار و ماتریس

در جدول ۴-۱ میانگین و انحراف معیار و ماتریس همبستگی متغیرهای مطالعه مشخص شده است. رابطه مثبت و معنادار میان متغیرهای پژوهش نوآوری در فرایند و نوآوری در محصول و نوآوری در سازمان و آشفته‌گی بازار برقرار است. مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نگرش حداقل مربعات جزئی (pls) برای تخمین اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرها به اجرا درآمد. مدلیابی و تحلیل مدل pls در دو مرحله انجام می‌شود: ۱- ارزیابی و تخمین مدل اندازه‌گیری از طریق تحلیل‌های روائی و پایایی و آزمون مدل ساختاری

⁷ Partial Least Squares

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی
کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

جدول ۱۰-۴ آمار توصیفی و همبستگی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴
نوآوری در فرآیند	۳,۲۶۱	۱,۳۲۷				
نوآوری در محصول	۴,۲۶۵	۱,۲۱۶	۱	۱		۰,۲۴
نوآوری در سازمان	۵,۷۹۵	۱,۱۱۶	۱	۰,۲۵	۰,۲۳	۰,۲۶
آشفتگی بازار	۴,۳۳۳	۱,۲۴۶			۱	۰,۳۰

جدول ۱۱-Error! No text of specified style in document. نتایج مدل اندازه گیری

متغیرها	آلفای کرونباخ	میانگین واریانس	پایایی مرکب
نوآوری در فرآیند	۰,۶۳	۰,۸۰۲	۰,۹۱۶
نوآوری در محصول	۰,۷۱	۰,۸۱۹	۰,۹۲۷
نوآوری در سازمان	۰,۸۹	۰,۹۳۰	۰,۹۶۵
آشفتگی بازار	۰,۷۲	۰,۸۲۰	۰,۹۲۸

جدول ۱۲-Error! No text of specified style in document. همبستگی متغیرهای وابسته

نوآوری در فرآیند	نوآوری در محصول	نوآوری در سازمان
۰,۹۱		
۰,۳۶	۰,۹۵	
۰,۴۶	۰,۵۲	۰,۸۹
۰,۳۲	۰,۴۸	۰,۳۶

۱۰. مدل ساختاری:



ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

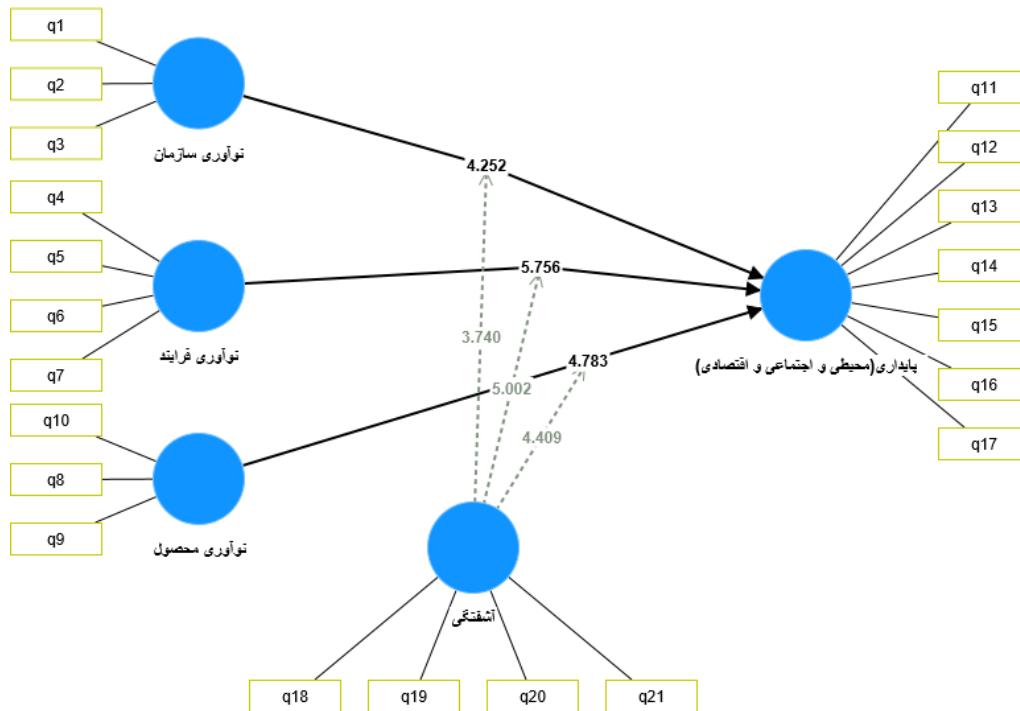



بر اساس یافته های جدول زیر مشخص است که تمامی شاخص های به دست آمده در دامنه صفر تا یک قرار دارند (این دامنه مورد قبول شاخص ها برای برآزندگی مدل می باشد) که این موضوع بیانگر برآزش مناسب مدل است.

جدول ۱۳-Error! No text of specified style in document. شاخص های مدل

مقدار	شاخص
۰,۶۲۱	مطلق
۰,۶۶۳	نسبی
۰,۸۲۰	بیرونی
۰,۸۸۱	درونی

شکل ۱۴ آماره T متغیرها



جدول ۱۴-Error! No text of specified style in document. نتایج مدل ساختاری

نتیجه	مقدار T	ضریب استاندارد	مدل معادله	فرضیه ها
تایید	۵,۰۰۲	۰,۱۲۱	آشفتنی بازار	نوآوری در فرآیند به عملکرد پایدار



ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



نوآوری در محصول به عملکرد پایدار	آشفتگی بازار	۰,۳۸۵	۴,۴۰۹	تایید
نوآوری در سازمان به عملکرد پایدار	آشفتگی بازار	۰,۱۰۶	۳,۷۴۰	تایید
نوآوری در فرآیند	عملکرد پایدار	۰,۳۸۵	۵,۷۵۶	تایید
نوآوری در محصول	عملکرد پایدار	۰,۱۰۶	۴,۷۸۳	تایید
نوآوری در سازمان	عملکرد پایدار	۰,۱۲۱	۴,۲۵۲	تایید
تعداد نمونه ۳۷۳				

همان گونه که در جدول ۱۴-۴ مشاهده می شود، متغیر نوآوری در فرآیند در سطح اطمینان ۹۹/۹۹ درصد اثر معناداری بر متغیر عملکرد بنگاه می گذارد. با توجه به ضریب این مسیر می توان گفت نوع این رابطه مستقیم است. بنابراین فرضیه دوم تایید میشود. همچنین، متغیر نوآوری در محصول در سطح اطمینان ۹۹/۹۹ درصد اثر معناداری بر متغیر عملکرد بنگاه دارد. با توجه به ضریب مسیر می توان گفت نوع این رابطه مستقیم است. بنابراین فرضیه های اول و دوم مورد تایید می باشد. به علاوه، مطابق یافته های به دست آمده، متغیر نوآوری در سازمان در سطح اطمینان ۹۹/۹۹ بر عملکرد بنگاه تأثیر معناداری می گذارد و ضریب مسیر آن نشان می دهد نوع این رابطه مستقیم است. یعنی با بالا رفتن نوآوری در محصول، نوآوری در سازمان نیز افزایش می یابد. در نهایت، مطابق نتایج به دست آمده در جدول ۶ متغیر عملکرد شرکت اثر معناداری بر آشفتگی بازار دارد. (در سطح اطمینان ۹۹/۹۹) که این نتیجه نیز فرضیه ۵ و ۶ را گزارش می دهد.

۱۱. بررسی فرضیه های تحقیق

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول

فرضیه اول تحقیق، همانگونه که در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:

نوآوری در فرآیند بر پایداری عملکرد (بر اساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.

نتایج حاصل از این فرضیه در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱۱- نتایج آماری فرضیه اول

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر استاندارد شده	مسیر مستقیم
تایید	۵,۷۵۶	۰,۱۲۱	نوآوری (فرآیند) ← پایداری عملکرد بر اساس عوامل محیطی و اقتصادی و اجتماعی

با توجه به نتایج جدول فوق چون آماره t برابر ۵/۷۵۶ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، با توجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۲۱ مثبت است بنابراین می توان گفت، نوآوری در فرآیند بر پایداری عملکرد (بر اساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.

.. بنابراین فرضیه اول با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کرانه‌های نوین مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

فرضیه دوم تحقیق، همانگونه که در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:
 نوآوری در محصول بر پایداری عملکرد (براساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.
 نتایج حاصل از این فرضیه در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱۶-نتایج آماری فرضیه دوم

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر استاندارد شده	مسیر مستقیم
تایید	۴,۷۸۳	۰,۱۰۶	نوآوری در محصول ← پایداری عملکرد براساس اقتصادی، اجتماعی و محیطی

با توجه به نتایج جدول فوق چون آماره t برابر ۴/۷۸۳ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، باتوجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۰۶ و مثبت است بنابراین می توان گفت، نوآوری در محصول بر پایداری عملکرد (براساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.

، بنابراین فرضیه دوم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم

فرضیه سوم، همان گونه در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:
 نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد (براساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.
 نتایج حاصل از این فرضیه در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱۷-نتایج آماری فرضیه سوم

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر استاندارد شده	مسیر مستقیم
تایید	۴,۲۵۲	۰,۱۲۱	نوآوری در سازمان ← پایداری عملکرد بر اساس عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی

با توجه به نتایج جدول فوق چون آماره t برابر ۴/۲۵۲ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، باتوجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۲۱ و مثبت است بنابراین می توان گفت، نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد (براساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر معنادار دارد، بنابراین فرضیه سوم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم

فرضیه چهارم، همان گونه در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:
 آشفته‌گی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در فرایند و پایداری عملکرد (براساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد

نتایج حاصل از این فرضیه در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱۸-نتایج آماری فرضیه چهارم

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر استاندارد شده	مسیر مستقیم
تایید	۵,۰۰۲	۰,۱۲۱	اشفته‌گی بازار نقش تعدیلگر بین نوآوری فرایند و

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی
کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر استاندارد شده	مسیر مستقیم
			پایداری عملکرد بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی اقتصادی

با توجه به نتایج جدول فوق چون آماره t برابر ۵/۰۰۲ از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، باتوجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۲۱ و مثبت است بنابراین می توان گفت، آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در فرایند و پایداری عملکرد (بر اساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تأثیر دارد و معناداری دارد، بنابراین فرضیه چهارم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه پنجم

فرضیه پنجم، همان گونه در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:

آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در محصول و پایداری عملکرد (بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تأثیر دارد

نتایج حاصل از این فرضیه در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱۹-نتایج آماری فرضیه پنجم

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر استاندارد شده	مسیر مستقیم
تایید	۴,۴۰۹	۰,۳۸۵	آشفنگی بازار نقش تعدیلگر بین نوآوری محصول و پایداری عملکرد بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی

با توجه به نتایج جدول فوق چون آماره t برابر ۴/۴۰۹ از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، باتوجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۳۸۵ و مثبت است بنابراین می توان گفت، آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در محصول و پایداری عملکرد (بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تأثیر مثبت و معناداری دارد، بنابراین فرضیه پنجم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود

نتایج حاصل از آزمون فرضیه ششم

فرضیه ششم، همان گونه در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:

آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در سازمان و پایداری عملکرد دفاتر املاک شهر مشهد دارد.

نتایج حاصل از این فرضیه در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۲۰-نتایج آماری فرضیه ششم

نتیجه	آماره t	ضریب مسیر استاندارد شده	مسیر مستقیم
تایید	۳,۷۴۰	۰,۱۰۶	آشفنگی بازار نقش تعدیلگر بین نوآوری سازمان و پایداری عملکرد بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی

با توجه به نتایج جدول فوق چون آماره t برابر ۳/۷۴۰ از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، باتوجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۰۶ و مثبت است بنابراین می توان گفت، آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در سازمان و پایداری عملکرد(بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر مثبت و معناداری دارد، بنابراین فرضیه ششم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود

جمع بندی و نتیجه گیری

جمع بندی سوالات عمومی

آمار توصیفی بیان کننده ویژگی های نمونه مورد مطالعه در پژوهش است. این آمار که با استفاده از داده های جمع آوری شده در بخش سوالات جمعیت شناختی پرسشنامه، گردآوری می شود از آن جهت بالاهمیت است که در تعمیم نتایج به جوامع آماری یا به دیگر سازمانهای مشابه، باید به این ویژگی ها دقت شود چرا که برخی ویژگی های جمعیت شناختی ممکن است در نتایج فرضیه ها موثر باشد. اگر چه نمونه گیری علمی، سبب می شود تعمیم نتایج به جامعه آماری بلامانع باشد با این همه، توجه به ویژگی های خاص هر نمونه آماری می تواند دقت اجرای نتایج در فضای واقعی را افزایش دهد. بدین ترتیب می توان گفت:

آمارتوصیفی در این تحقیق نشان می دهد از مجموع ۳۷۳ نفر، (۱۰۰ درصد) از نمونه مورد بررسی را مردان تشکیل می دهند. در نمونه مورد بررسی افراد ۲۷ تا ۴۸ سال دارای بیشترین فراوانی (معادل ۷۵/۹ درصد) هستند. در نمونه مورد بررسی افراد دارای مدرک کارشناسی دارای بیشترین فراوانی (معادل ۶۲/۷ درصد) و افراد دارای مدرک کاردانی و کمتر دارای کمترین فراوانی(۱۱/۳ درصد) هستند. از نظر سابقه کاری در نمونه مورد بررسی تعداد مدیران و مشاورانی که بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه کاری دارند، دارای بیشترین فراوانی (معادل ۴۰/۳ درصد) هستند.

۱-۱-۴- جمع بندی نتایج مرتبط با فرضیه ها

فرضیه اول تحقیق، همانگونه که در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:

نوآوری در فرایند بر پایداری عملکرد (بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد. چون آماره t برابر ۵/۷۵۶ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، باتوجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۲۱ مثبت است بنابراین می توان گفت، نوآوری در فرایند بر پایداری عملکرد (بر اساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.

.. بنابراین فرضیه اول با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود. نوآوری فناورانه به معرفی فناوری های جدید مرتبط با محصولات، خدمات و فرآیندها برای کاهش هزینه های تولید با ایجاد ترکیبی جدید از نهاده ها اشاره دارد و در نتیجه منجر به بهبود در محصولات موجود یا محصولات یا خدمات جدید می شود این نوآوری های تکنولوژیکی ارزش افزوده را برای یک شرکت افزایش می دهد و اعمال تغییرات تکنولوژیکی جدید در محصولات و فرآیندهای تولید معمولاً منجر به تغییرات سازمانی قابل توجهی می شود. نوآوری تکنولوژیکی فرآیند ایجاد و تجاری سازی ایده های جدید است که به معنای فرآیند تولید محصولات و خدماتی است که هسته اصلی فناوری سازمانی هستند. (کامپسون، سی. ویلار-لوپز: ۲۰۲۰)

فرضیه دوم تحقیق، همانگونه که در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:

نوآوری در محصول بر پایداری عملکرد (بر اساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.

چون آماره t برابر ۴/۷۸۳ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، باتوجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۰۶ و مثبت است بنابراین می توان گفت، نوآوری در محصول بر پایداری عملکرد (بر اساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد.

نوآوری محصول نشان دهنده راه جدیدی برای حل مشکلی است که تعداد زیادی از مصرف کنندگان با آن مواجه اند. ممکن است اصلاً محصولی در بازار وجود نداشته باشد که به این مشکل رسیدگی کند یا ممکن است محصولات دیگری در حال حاضر در بازار وجود داشته باشند که به روشی متفاوت به آن می پردازند نوآوری محصول مهم است زیرا می تواند به شما در ایجاد فضاهای جدید در یک بازار به ظاهر شلوغ کمک کند. با شناسایی شکافها و تحمیل خود به فضایی جدید، می توانید مخاطبان خود را پیدا کرده و نیازهای او را به گونه ای جدید برآورده کنید فرضیه سوم، همان گونه که در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد (براساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد. با توجه به نتایج فصل چهارم چون آماره t برابر ۴/۲۵۲ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، با توجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۲۱ و مثبت است بنابراین می توان گفت، نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد (براساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر معناداری دارد، بنابراین فرضیه سوم با اطمینان ۹۵ درصد تایید میشود. در محیط امروزی که به سرعت در حال تغییر و پویایی است، یک عنصر مثبت برای موفقیت سازمانی و توسعه توانایی بقا در میان یک محیط کاملا رقابتی، تقویت نوآوری می باشد. موفقیت محصولات نوآورانه به منبع مزایای رقابتی بلندمدت شرکت تبدیل می شود که می تواند عملکرد شرکت و ارزش های مشتری را بهبود بخشد و هزینه ها را کاهش دهد. نوآوری سازمانی پایدار که شامل نوآوری در محصول، نوآوری در فرایند و نوآوری اداری می شود، برای افزایش بهره وری در شرکت ها از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است و جهت استراتژیک لازم را برای سازمان ها فراهم می کند تا بتوانند در سطح بین المللی عمل کنند. نوآوری یک سازمان را قادر می سازد تا به طور مناسب تری به تغییرات محیط پاسخ دهد و توانایی های خود را برای ایجاد و حفظ مزایای رقابتی توسعه دهد (غزل صف آر، ۱۴۰۰)

فرضیه چهارم: آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در فرایند و پایداری عملکرد (براساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد

با توجه به نتایج فصل چهارم چون آماره t برابر ۵/۰۰۲ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، با توجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۲۱ و مثبت است بنابراین می توان گفت، آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در فرایند و پایداری عملکرد (براساس شرایط محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد و تاثیر معناداری دارد، بنابراین فرضیه چهارم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

فرضیه پنجم: همان گونه در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:
آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در محصول و پایداری عملکرد (براساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد

با توجه به نتایج فصل چهارم چون آماره t برابر ۴/۴۰۹ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، با توجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۳۸۵ و مثبت است بنابراین می توان گفت، آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در محصول و پایداری عملکرد (بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر مثبت و معناداری دارد، بنابراین فرضیه پنجم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود.

فرضیه ششم: همان گونه در فصل های گذشته بیان شد، به صورت زیر است:
آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در سازمان و پایداری عملکرد دفاتر املاک شهر مشهد دارد. با توجه به نتایج فصل چهارم چون آماره t برابر ۳/۷۴۰ و از ۱/۹۶ بیشتر است، لذا مسیر معنادار است، با توجه به اینکه ضریب مسیر برابر با ۰/۱۰۶ و مثبت است بنابراین می توان گفت، آشفنگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در سازمان و پایداری عملکرد (بر اساس عوامل محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر مثبت و معناداری دارد، بنابراین فرضیه ششم با اطمینان ۹۵ درصد تایید می شود

پیشنهادها

پیشنهادهای کاربردی

نقطه قوت یک تحقیق کاربردی ارائه پیشنهادهای کاربردی براساس نتایج تحقیق است. این پیشنهادها بدون تکلف و بدون تاکید بر مباحث آماری بوده، به طوری که ذینفعان براحتی بتوانند از نتایج آن استفاده نمایند. براین اساس پیشنهادهای این تحقیق به شرح ذیل ارائه می شود:



ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



با توجه به اثر مثبت شیوه های نوآوری بر پایداری عملکرد شرکت ها این تحقیق مشخص می کند سازمانی که تلاش شیوه های نوآوری جدیدی را ارائه دهد باید در این مسیر به دنبال پایدار عملکرد در شرکت نیز باشد. شیوه های نوآوری به شرکت ها کمک می کند موقعیت های رقابتی و نیازهای مشتری را بهتر درک و پیش بینی کنند و با توسعه سریع تر سیستم ها، فرایندها یا محصولات جدید به مزیت رقابتی و به تبع آن به عملکرد برتر دست پیدا کنند.

به منظور توسعه شیوه های نوآوری به مدیران عالی بنگاه های املاک پیشنهاد می شود ساختارها و فرایندهای داخلی را برای جمع آوری، انتشار و واکنش به اطلاعات بازار توسعه دهند. استفاده از عینک VR برای بازدید مجازی به مشتریان حضوری با توجه به تأثیر مثبت نوآوری در سازمان بر عملکرد شرکت مشخص می شود معرفی شیوه های جدید مدیریتی در سازمان (بنگاه) عملکرد شرکت را در وضعیت بازاری آشفته بهبود می بخشد. شیوه های نوآوری در فرآیند عملکرد شرکت باعث میشود نوآوری در محصول و سازمان رخ دهد. با توجه به اثر معنادار و مثبتی که شیوه های نوآوری بر عملکرد بنگاه ها دارند مدیران بنگاه ها میتوانند با دعوت از افراد صاحب ایده در نوآوری و خلاقیت مدیریتی خود افزایش دهند. و آشفته گی بازار را نیز کنترل نمایند

با توجه به تأثیر مثبت و معنا دار نوآوری در محصول پیشنهاد میشود مدیران بنگاه ها محصولات قدیمی ارائه شده خود با محصولات جدید عوض نمایند

فرضیه اول: نوآوری در فرایند بر پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد. در راستای تایید نتایج فرضیه اول برای مدیران و مشاوران مناطق ۹ و ۱۱ و ۱۲ پیشنهاد می شود:

۱ استفاده از نرم افزارهای مختلف، می توان بهبود فرایند نگهداری و پردازش اسناد، مشتریان و مخاطبین برای دفاتر املاک را فراهم کرد. به کارگیری سیستم و استفاده از شبکه های اجتماعی نیز می تواند نقش مهمی در افزایش عملکرد دفاتر املاک بازی کند. به عنوان یک دفتر املاک، باید به بکارگیری تکنولوژی آموزشی و آموزش مستمر به کارکنان به منظور بهبود کارایی و کیفیت خدمات ارائه شده توسط دفتر می پردازیم. انتشار محتوای آموزشی به صورت آنلاین توسط دفاتر املاک، به مشتری ها کمک می کند که با روش های جدید و فناورانه در صنعت خدمات املاک آشنا شوند.

تعریف فرایند ارتباطی پایدار با مشتریان، به عنوان یکی از مهمترین عوامل در بهبود پایداری عملکرد دفاتر املاک، باید در نظر گرفته شود. در این باره، استفاده از فناوری های نوین در حوزه شبکه ارتباطی، شناورسازی بیشتری در خدمات دفاتر املاک، و بهبود کیفیت خدمات پس از فروش، می تواند نقش آفرین باشد.

به منظور کاهش هزینه ها در فرایند پیش فروش و تأمین توابع به مشتریان، می توان از فناوری های جدیدی مانند خرید و فروش برای مشتریان، فناوری املاک، ابزار و اینترنت اشیا استفاده کرد. این روند یعنی توسعه یک شبکه برای انجام کارهای مختلف، ارتباط با مشتریان و نتایج بیشتر در کمترین زمان ممکن.

با توجه به شرایط محیطی و اقتصادی، می توان از فناوری های طراحی ۳ بعدی مثل ویدیوهای مجازی، برای درک بهتر از محصولات دفاتر املاک استفاده کرد. استفاده از روش های هوش مصنوعی و تحلیل داده ها نیز می تواند به یک فرایند کاری هوشمند و پایدار در دفتر املاک کمک کند. در کل، برای نوآوری در فرایندهای دفاتر املاک، باید به دنبال کاهش هزینه ها، بهبود کیفیت خدمات های بازرگانی، بهینه سازی فرایندهای ارتباطی با مشتریان، و توسعه شبکه های پایدار با مشتریان با استفاده از فناوری های جدید و ترکیبی از روش های تبلیغاتی بازاریابی، نیز به دنبال توسعه نظریات جدید و تکنیک های دیگری برای زیبایی و بهبود عملکرد دفاتر املاک باید رفت.

فرضیه دوم: نوآوری در محصول بر پایداری عملکرد (بر اساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد با توجه به تایید نتایج فرضیه دوم پیشنهاد میشود:



ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه علمی کشور، تهران، پست مستقیم: ۱۹۱

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



ابتدا، بررسی کاملی از نیازها و خواسته‌های مشتریان، بازار، و شناخت رقبا و ترجیحات آن‌ها صورت بگیرد. این تحلیل باید به صورت دوره‌ای و در بازه‌های زمانی مشخص توسط دفاتر املاک صورت بگیرد.

به منظور ارتقای نوآوری، دفاتر املاک باید به جستجوی محصولات جدید و فناوریانه بپردازند که بتواند نیازهای مشتریان را برطرف کنند و بر روند رشد شرکت تأثیرگذار باشد.

تنها توسعه محصول ناکافی است و باید در بستر بازاریابی مناسب و ارتقاء روابط مشتری، صدای محصول را به خوبی شنیده شود. استفاده از رسانه‌های اجتماعی و موجودیت در بازار املاک، به عنوان استراتژی تبلیغاتی مناسب در نظر گرفته شود.

با توجه به شرایط محیطی و اجتماعی متغیر، تحلیلی مطمئن برای امکان استفاده از فناوری در بازار املاک وجود ندارد. به همین دلیل، باید به توسعه نرم‌افزارها، ابزار و ارتقای سامانه‌های IT مورد توجه قرار داد تا دفاتر املاک بتوانند با سرعت بیشتری در بازار رقابت کنند.

از طرفی، باید توجه به مصرف منابع پایدار و حفاظت از محیط زیست داشته شود، تا دفتر املاک بتواند به عنوان یک شرکت مسئول و پایدار شناخته شود. به منظور حفظ منابع و به کارگیری فناوری سبز و محصولات پایدار در محصولات و خدمات ارائه شده، باید از سایر شرکت‌های پایدار و همکاری با آن‌ها بهره‌گیری شود.

در کل، برای تأثیر گذاری نوآوری محصول بر پایداری عملکرد دفاتر املاک باید با توجه به اینکه این صنعت به شدت وابسته به شرایط اقتصادی و اجتماعی است، به عنوان یک شرکت هوشمند، به دنبال تجربه تجاری جدیدی برای مشتریان خود باشد.

فرضیه سوم: نوآوری در سازمان بر پایداری عملکرد (براساس مولفه‌های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تأثیر دارد با توجه به نتایج فرضیه سوم پیشنهاد می‌شود:

استفاده از فناوری‌های جدید: استفاده از فناوری‌های جدید در ارتباط با مشتریان، مدیریت فایل‌ها و اطلاعات، باعث بهبود کیفیت خدمات و کاهش وقت و هزینه‌های اضافی می‌شود.

ارائه خدمات دیجیتال: در فعالیت‌های دفاتر املاک، ممکن است ارائه خدمات دیجیتال بسیار مهم باشد. برای مثال، رزرو و نوبت دهی آنلاین، فرم‌های الکترونیکی، فروش ویژه اینترنتی و ...

آموزش نیروی انسانی: آموزش نیروی انسانی در زمینه مدیریت محیط، ارتباط با مشتریان، فنون مذاکره و ... باعث بهبود کیفیت خدمات و در نتیجه افزایش تعاملات با مشتری و در آخر افزایش فروش خواهد شد.

بررسی بازار و مشتریان: بررسی بازار و مشتریان برای یافتن فرصت‌های جدید و ایجاد خدمات ویژه برای مشتریان، می‌تواند باعث افزایش فروش و نگهداری مشتریان شود.

استفاده از مصالح سبز: استفاده از مصالح سبز در ساختمان‌های دفاتر املاک، نه تنها به محیط زیست کمک می‌کند، بلکه هزینه‌های انرژی و مواد بازیافتی را نیز کاهش می‌دهد.

فرضیه چهارم: آشننگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در فرایند و پایداری عملکرد (براساس مولفه‌های محیطی و اجتماعی) دفاتر املاک شهر مشهد تأثیر دارد در راستای تایید فرضیه چهارم پیشنهاد می‌شود:

در شرایطی که بازار مسکن در حال رشد است، دفاتر املاک باید تلاش کنند با ارائه نوآوری‌ها در فرایند خدمات خود، در آن رشد شرکت کنند و از این رشد بهره‌برده، اما در عین حال، به پایداری عملکرد خود در طولانی مدت نیز توجه نمایند.

در شرایطی که بازار مسکن به دلیل عوامل محیطی از هم ریزش دارد، دفاتر املاک می‌توانند نقش تعدیلگری را برعهده بگیرند و با راهکارهایی مانند تنظیم قیمت املاک و مانع شدن از نوآوری‌های نامتعارف و تبلیغات جعلی، بازار را ثابت نگه دارند.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی
گروه آموزشی کارشناسان بانک و صنعت و معدن

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

همچنین باید از ارتباط و ارائه خدمات به مشتریان بسیار با توجه به شرایط اجتماعی و اقتصادی جامعه توجه نمایند. در شرایط اقتصادی کاهشی، ارائه راهکارهایی مانند برنامه های فروش بالقوه، رعایت عودت نکردن به دوران جعلی در بخش املاک و... می تواند به موفقیت و پایداری کمک کند.

همه این راهبردها به همراه توجه بیشتر به محیط زیست و حفاظت از منابع آب و انرژی در ایجاد سیستم زنجیره ای و پایدار در بازار مسکن کمک می کنند. به طور کلی، تلاش برای تعادل میان نوآوری و پایداری در فعالیت های املاک می تواند باعث شده شرکت های املاک می توانند برای مواجهه با شرایط در پیش رویشان آماده شده و برای برطرف کردن آشفتگی بازار به نحو احسن همکاری کنند.

فرضیه پنجم: آشفتگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در محصول و پایداری عملکرد (براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد تاثیر دارد. در راستای تایید فرضیه پیشنهاد می شود:

ارائه خدمات تخصصی به مشتریان و سازماندهی بهتر فرآیند فروش: این عمران از طریق بهبود فرآیند خرید و فروش ملک، درک بهتر نیازهای مشتریان و ارائه خدمات تخصصی به آنها می تواند باعث ایجاد نوآوری در محصول شود.

ایجاد یک سامانه پایدار در فضای کار: سازماندهی دقیق بخش های مختلف دفتر املاک می تواند به پایداری عملکرد کمک کند. برای مثال، یک بخش مدیریت مداوم برای نظارت بر فروش و بازاریابی و حفظ تعادل عرضه و تقاضا در بازار راه حلی می تواند باشد.

استفاده از تکنولوژی: با استفاده از فن آوری های جدید و به روز، می توانید فرآیندهای فروش و خرید را بهبود بخشید. به عنوان مثال، استفاده از سامانه های آنلاین و ابزارهای ارتباطی برای ارتباط با مشتریان و فروشندگان می تواند کارآمد باشد.

برنامه ریزی مناسب: برنامه ریزی مناسب و استفاده از متخصصان مجرب در زمینه مدیریت

فرضیه ششم: آشفتگی بازار نقش تعدیلگری بین نوآوری در سازمان و پایداری عملکرد (براساس مولفه های محیطی و اجتماعی و اقتصادی) دفاتر املاک شهر مشهد دارد در راستای تایید این نظریه پیشنهاد می شود:

بررسی منظم بازار: مطالعه بازار و بررسی تحولات بازار به مدیران املاک کمک می کند تا با تغییرات و تحولات بازار در کوتاه مدت و بلند مدت بهتر برخورد کنند.

دیدگاه پایدار: ایجاد دیدگاه پایدار در شرکت، بسیار مهم است. نه تنها می تواند برای محیط زیست کمک کند، بلکه باعث کاهش هزینه های اداری خواهد شد.

تمرکز بر نوآوری: تمرکز بر نوآوری و رقابت با رقبای می تواند باعث رضایت مشتریان و افزایش ارزش شرکت شود.

استفاده از فناوری های نوین: استفاده از فناوری های نوین می تواند برای بهبود عملکرد شرکت و ارتقای تجربه مشتریان، موثر باشد.

تغییر سبک فکر: لازم است در سازمان دو دیدگاه جدید قرار داده شود: یک دیدگاه بهبود پایدار، که فرآیندهای موجود را بهبود می بخشد و دیدگاه فرصت نوآوری، که باعث ایجاد چشم انداز جدیدی می شود.

استفاده از بازاریابی پایدار: بازاریابی پایدار مفهومی است که در آن تمرکز بر تعهد به مشتریان و محیط برای بهبود فرهنگ اشتراک و نوآوری قرار می گیرد.

منابع و مآخذ

غزل صف آرا و رضا اسماعیل پور، بررسی نقش نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمان، مورد مطالعه کارکنان بانک پارسیان رشت (۱۴۰۰)

فاطمه بابایی و علی رحمانی، بررسی رابطه بین عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت، جهاد دانشگاهی تهران (۱۴۰۰)



زهره احمدی و محسن شفیعی نیک آبادی، تاثیر نوآوری باز بر عملکرد نوآورانه شرکت با تاکید بر نقش تعدیل گری تلاطم بازار (مطالعه موردی: شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی شهر سمنان ۱۴۰۰)

Rita McGrath (2023) Innovation in Process in company
 Ukessys.com(2023) The impact of innovation on company sustainability
 Abdullah, M., Zailali, S., Iranmannesh., Jayaraman, K., 2022. Barriers to green innovation initiatives among manufacturers: the Malaysian case. Review of Managerial Science
 Atuahene-Gima, K., Li, H., De Luca, L.M., 2021. The contingent value of marketing strategy innovativeness for product development performance in Chinese new technology
 .indmarman.2020.05.017. Barney, J.B., 2020. Firm resources and sustained competitive advantage. J. Manag. Barney, J.B., 2020.
 Resource-based theories of competitive advantage-: a ten year retrospective on the resource-based view. J. Manag. 27, 643e650. Barney, J.B., Ketchen, D.J., Wright, M., 2011.
 The future of resource-based theory: revitalization or decline? J. Manag. 37, 1299e1315. M., 2022.
 Sustainable innovation, business models and economic performance: an overview. J. Clean. Prod..2012.08.013. Bossle, M.B., de Barcellos, M.D., Vieira, L.M., Sauvee, L., 2020.
 The drivers for adoption of eco-innovation. J. Cai, W., Li, G., 2018.
 The drivers of eco-innovation and its impact on performance: evidence from China. J. Clean. Prod. 176.,
 Carrillo-hermosilla, J., del Rio, P., Konn € ol € a, T., 2022. Diversity of eco-innovations: reflections from selected case studies. J. Clean. Prod. 18,
 . Cheah, J., Amran, A., Yahya, S., 2019a. External oriented resources and social enterprises' performance: the dominant mediating role of formal business planning. J. Clean. Prod. 236, 117693.
 Cheah, J., Amran, A., Yahya, S., 2019b. Internal oriented resources and social enterprises' performance: how can social enterprises help themselves before helping others? J. Clean. Prod..202111.203.
 Chen, Yu-Shan, Lai, Shyh-Bao, Wen, Chao-Tung, 2006. The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. J. Bus. Ethics 67 (4),
 Cheng, Shiu, E.C., 2019. Validation of a proposed instrument for measuring ecoinnovation: an implementation perspective. Technovation 32 (6), .technovation.2020.02.001.
 Cheng, Yang, C.L., Sheu, C., 2021. The link between eco-innovation and business performance: a Taiwanese industry context.
 . Cohen, J., United States of America, 1988. Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences, second ed. Lawrence Erlbaum Associates. Dogaru, L., 2020
 . Eco-innovation and the contribution of companies to the sustainable development. Procedia Manufacturing 46.,2020.03.043. Duncan, R.B., 2021. Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty.
 Adm. Sci. Q. 17 (Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Fossen, K.V., Yang, M., Silva, E.A., Barlow, C.Y., 2017. Business model innovation for sustainability: towards a unified perspective for creation of sustainable business models. Bus. Strat. Environ. 26
 Fernando, Y., Chiappetta Jabbour, C.J., Wah, W.-X., 2019. Pursuing green growth in technology firms through the connections between environmental innovation and sustainable business performance: does service capability matter? Resour. Conserv. Recycl. 141



Franca, C.L., Broman, G., Robert, K.-H., Basile, G., 2019. An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development. *J. Clean. Prod.* 140

Ganapathy, S., 2018. Silence Is Not Always Golden. *Digital News Asia*. Retrieved from. Garcia, R., Wigger, K., Hermann, R.R., 2019.

Challenges of creating and capturing value in open eco-innovation: evidence from the

Gaziulusoy, A.I., 2015. A critical review of approaches available for design and innovation teams through the perspective of sustainability science and system innovation theories. *J.*

Gii, G.I.I., 2019. Global Innovation Index Rankings. Retrieved. Hair, Hult, G.T.M., Ringle, C., Sarstedt, M., 2017.

A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), second ed. Sage Publications, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne. Hall, P.V., O'Brien, T., Woudsma, C., 2013

. Environmental innovation and the role of stakeholder collaboration in West Coast port gateways

. Hanelt, A., Busse, S., Kolbe, L.M., 2017. Driving business transformation toward sustainability: exploring the impact of supporting IS on the performance contribution of eco-innovations. *Inf. Syst. J.* 27,

He, F., Miao, X., Wong, C.W.Y., Lee, S., 2018. Contemporary corporate eco-innovation

Henseler, J., Ringle, C.M., Sarstedt, M., 2015. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *J. Acad. Market. Sci.* 43 (1),

Kenny, D.A., 2020. Moderation.

Meaningful Rebound for Malaysia's Tech Sector. The Malaysian Reserve. Retrieved from meaningful-Liao, Z., 2018

. Corporate culture, environmental innovation and financial performance. *Bus. Strat. Environ.* 27 (8), 2186. Liu, Y., 2013.

Sustainable competitive advantage in turbulent business environments. *Int. J. Prod. Res.* 51

Liyanage, J.P., Badurdeen, F., Ratnayake, R.M.C., 2020. Industrial asset maintenance and sustainability performance: economical, environmental, and societal implications. In: Ben-Daya, M., Duffuaa, S.O., Raouf, A., Knezevic, J., Ait-Kadi, D. (Eds.), *Handbook of Maintenance Management and Engineering*. Springer London, London, pp. Maletic, M., Maletic, D., Gomiscek, B., 2018.

The role of contingency factors on the relationship between sustainability practices and organizational performance. *J.*

Negny, S., Belaud, J.P., Cortes Robles, G., Roldan Reyes, E., Ferrer, J.B., 2012. Toward an eco-innovative method based on a better use of resources: application to chemical process preliminary design. *J.*

Psychometric theory. 25 years ago and now. *Educ. Res.* 4 (10), 7e21.. Oecd, O.E.C.D., 2021. Sustainable Manufacturing and Eco-Innovation: Framework, Practices and MeasurementdSynthesis Report. Retrieved .pdf. Pacheco, D.A.d.J., ten Caten, C.S., Jung, C.F., Ribeiro, J.L.D., Navas, H.V.G., CruzMachado, V.A., 2017.

Eco-innovation determinants in manufacturing SMEs: systematic review and research directions. *J. Clean. Prod.* 142, 2277e2287..2020.11.049. Pieroni, M.P.P., McAlone, T.C.,

Pigosso, D.C.A., 2019. Business model innovation for circular economy and sustainability: a review of approaches. *J6.*

Porter, M.E., 2019. From competitive advantage to corporate strategy. In: Asch, D., Bowman, C. (Eds.), *Readings in Strategic Management*. Macmillan Education UK, London,

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

Qi G.Y Shen Zeng, S.X., Jorge, O.J., 2020. The drivers for contractors' green innovation: an industry perspective. J. Clean. Prod. 18 (14),

Redman, A., 2018. Harnessing the Sustainable Development Goals for Businesses : A Progressive Framework for Action. Business Strategy and Development, pp.

Sanni, M., 2018. Drivers of eco-innovation in the manufacturing sector of Nigeria. Technol. Forecast. Soc. Change 131

Sung, S.Y., Choi, J.N., 2019. Contingent effects of workforce diversity on firm innovation: high-tech industry and market turbulence as critical environmental contingencies.

Int. J. Hum. Resour. Manag.. Tsai, K.H., Liao, Y.C., 2017. Sustainability strategy and eco-innovation: a moderation model. Bus. Strat. Environ. 26 (4),

. Tumelero, C., Sbragia, R., Evans, S., 2019. Cooperation in R & D and eco-innovations: the role in companies' socioeconomic performance. J

UNDP, U. N. D. P., 2021. Malaysia achieving the millennium development goals: successes and challenges. Retrieved from Damansara Heights.

Venkatraman, N., 2021. The concept of fit in strategy research: toward verbal and statistical correspondence. Acad. Manag. Rev. 14 (3), 423e444.

Wang, G., Dou, W., Zhu, W., Zhou, N., 2021. The effects of firm capabilities on external collaboration and performance: the moderating role of market turbulence. J. Bus. Res

Xavier, A., Reyes, T., Aoussat, A., Luiz, L., Souza, L., 2020. Eco-innovation maturity model: a framework to support the evolution of eco-innovation integration in companies. Sustainability 12 (9), 3773.

Eco-innovation, sustainable business performance and market turbulence moderation in emerging economies Received 25 October 2021

Turulja, Lejla & Bajgoric, Nijaz. (2021). Innovation, firms' performance and environmental turbulence